

---

## Persepsi yang Mendasari Proses Aktualisasi Diri melalui Facebook

Ade Arianto Cipto Putra, Vincentius

STIE Bentara Persada, Jl. Imam Bonjol, Batam Centre

e-mail : [Ade\\_Vianney@yahoo.com](mailto:Ade_Vianney@yahoo.com)

**Abstrak:** Facebook merupakan salah satu media sosial, dengan mempergunakannya, kita dapat menyampaikan mengenai ide dan berbagi cerita atas kehidupan kita. Maksud Facebook ditujukan sebagai autobiography, tertuang dalam perjalanan hidup dan melukiskan suatu perkataan yang telah terjadi sepanjang hari. Aktualisasi diri merupakan alasan utama kita ber-facebook. Persepsi atas aktualisasi diri harus memiliki koneksi yang jelas untuk meminimalkan komunikasi bersifat negatif.

**Facebook, Menyampaikan, Aktualisasi Diri, Persepsi**

**Abstract:** Facebook is one of social media, by use it, we could communicate about ours idea and share about ours life. Facebook purpose is like autobiography, written a journey of life and describes a word what have incurred on every day. Self actualization is a main of what we want to do on Facebook. Perception on self actualization need to be connected in order to minimize negative communication.

**Keywords:** Facebook, Communicate, Self Actualization, Perception

### 1 Pendahuluan

Komunikasi merupakan suatu kegiatan bersifat informatif dan persuasif dimana ditujukan agar dapat diperolehnya suatu pandangan bersama, atas dasar sikap mengerti, mengetahui dan meyakini atas apa yang sedang dibicarakan, sehingga dapat ditindaklanjuti. Berkomunikasi dapat dilaksanakan secara tertulis maupun tidak tertulis. Perkembangan teknologi membawa dampak atas pelaksanaan berkomunikasi, dengan adanya situs jejaring sosial.

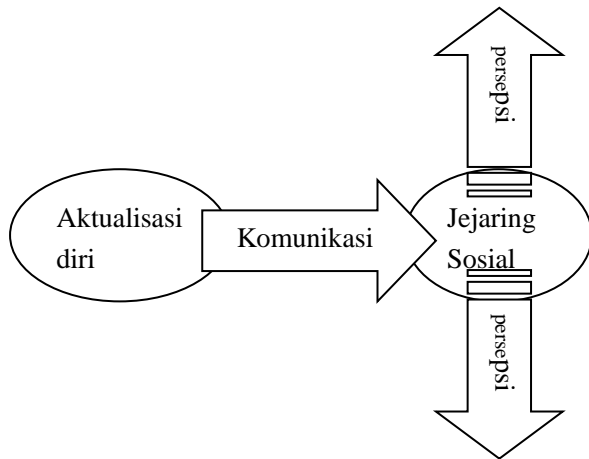
Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi dengan ikatan relasi dan persamaan atas dasar nilai. Istilah ini diperkenalkan oleh Prof J.A. Barnes, 1954, dan dipublikasikan oleh Classmate.com, 1995 dengan fokus jejaring sosial yang hanya diperuntukan untuk mantan teman sekolah. Pada saat ini telah bermunculan berbagai jejaringan sosial dengan fasilitas chat, pesan, email, video, berbagi file dan diskusi antar grup.

Facebook sebagai salah satu situs jejaring sosial telah membawa dampak perubahan terhadap perilaku berkomunikasi. Diawali pada tahun 2004, Facebook yang didirikan oleh Mark Zuckerberg, menyatakan bahwa misinya adalah *make the world more open and connected*, pengguna Facebook diharapkan untuk dapat *“to stay connected with friends and family, to discover what’s going on in the world,*

*and to share and express what matters to them.* ( on Fact Sheet, [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ). Penyempurnaan pada fitur Facebook terus dilakukan, sebagai upaya dalam mendukung misinya, yaitu membuka dunia, menyebarkan informasi pribadi dan dapat berkomunikasi setiap saat.

Aktualisasi diri merupakan proses menjadi diri sendiri dengan mengembangkan sifat dan potensi individu berdasarkan atas keunikan yang dimiliki hingga menjadi suatu pribadi yang utuh. Aktualisasi diri diawali dengan telah terpenuhinya kondisi fisiologis dengan upaya mengarah pada pemenuhan kondisi secara psikologis ( Maslow, Hierarchy of needs). Aktualisasi diri ( self actualization) dalam hirarki kebutuhan merupakan kebutuhan untuk memenuhi keberadaan diri sendiri ( self fulfillment) melalui upaya memaksimalkan penggunaan kemampuan dan potensi diri.

Persepsi menurut Robbins (2003) mendeskripsikan sebagai suatu proses di mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka. Sudut pandang seseorang dalam memahami suatu permasalahan memiliki perbedaan, sehingga diperlukan penyatuan pandangan atas suatu permasalahan agar terjalin keselarasan komunikasi. Persepsi individu perlu diarahkan sebagai bentuk komunikasi atas aktualisasi diri yang telah tercipta, dengan tujuan agar tidak tercipta kesalahpahaman.



## 2 Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat konseptual, dimana proses penelitian dilakukan dengan pengembangan konsep dan teori agar hasilnya dapat dipertanggungjawabkan, dengan menggunakan analisa secara kualitatif mengacu pada landasan teori dan data kuantitatif yang diperoleh. Penelitian dilakukan secara deskriptif, berdasarkan pada kerangka pikir teoritis sehingga terbentuk suatu sistem pemikiran penalaran. ([www.socialresearchmethods.net](http://www.socialresearchmethods.net))

## 3 Analisa Data

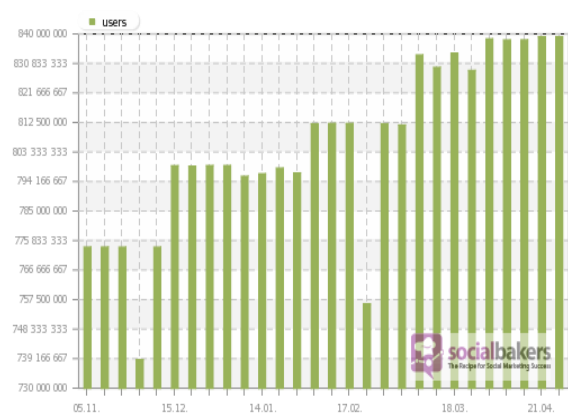
Daya tarik Facebook dapat dilihat pada produknya berikut ini ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) :

1. Timeline; merupakan suatu tampilan riwayat seseorang, berupa foto maupun aktivitas sehari-hari, kronologi kisah dari awal, hingga saat ini. Dipublikasikan pada bulan September 2011.
2. News Feed, merupakan tampilan untuk memberitakan suatu kisah, ditempatkan di setiap halaman utama pengguna dengan tujuan menyampaikan informasi. Dipublikasikan pada bulan September 2006.
3. Foto dan Video, merupakan tampilan untuk foto dan video yang diperoleh. Dipublikasikan Oktober 2005.
4. Pesan, merupakan tampilan dalam email dan chatting berbentuk text. Dipublikasikan Februari 2004.
5. Kelompok, merupakan tampilan pribadi, dengan pembahasan tertentu. Dipublikasikan September 2004.

6. Daftar teman, merupakan tampilan untuk mengorganisasikan teman yang dimiliki, Dipublikasikan Desember 2007 dan diperbaharui September 2011.
7. Subscribe, merupakan tampilan untuk melihat mereka yang tidak tergabung dalam daftar pertemanan, dipublikasikan September 2011.
8. Ticker, merupakan bagian dari News Feed, Live Stream, berbentuk garis berita yang terletak disamping kanan, dipublikasikan September 2011.
9. Pages, merupakan tampilan seluruh teman, dipublikasikan November 2007.

Studi pada [www.socialbakers.com](http://www.socialbakers.com) pada bulan desember 2011, menempatkan facebook sebagai layanan jejaring sosial paling banyak digunakan, dimana Facebook untuk wilayah Indonesia pada awalnya baru dapat diakses pada tahun 2006 (Wiguna, 2009), dan mengalami lonjakan yang cukup signifikan pada pertengahan tahun 2008, dengan menduduki peringkat ke -5 sebagai situs yang banyak di akses (tempo interaktif, 9 feb 2009). Saat ini pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 42,247,000 dan menduduki posisi ke 4 didunia sebagai pengguna Facebook terbanyak. Benua Eropa sebagai pengakses Facebook terbanyak

|  |           |
|--|-----------|
| 1. <a href="#">Europe</a>                | 231689740 |
| 2. <a href="#">North America</a>         | 222218920 |
| 3. <a href="#">Asia</a>                  | 216370540 |
| 4. <a href="#">South America</a>         | 116718120 |
| 5. <a href="#">Africa</a>                | 39912560  |
| 6. <a href="#">Australia and Oceania</a> | 13669460  |

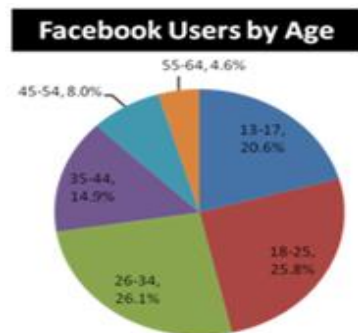


Berdasarkan data diatas, total pengguna sebesar 840,579,340 orang.

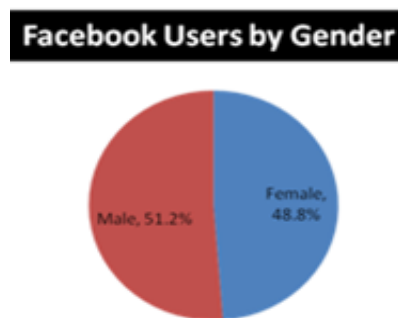
(<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/indonesia>)

Pengguna Facebook menurut [www.kenburbary.com](http://www.kenburbary.com) selama 2011 sebagai berikut :

1. Facebook berdasarkan pembagian usia



2. Facebook berdasarkan jenis kelamin



3. Facebook berdasarkan jenis kelamin, usia untuk wilayah Indonesia

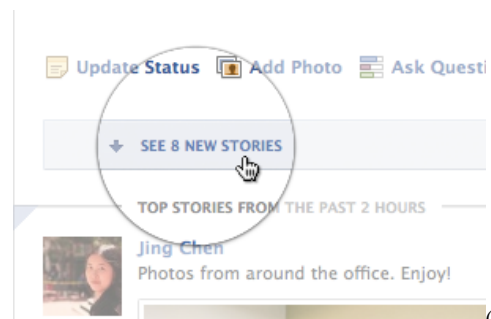


Fitur Timeline dan News Feed merupakan fitur utama pada Facebook, dimana pada kedua fitur ini pengguna dapat melakukan publikasi atas aktivitas terbarunya melalui foto, video, link maupun kalimat.



(Fitur timeline )

<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=21>



(Fitur

News Feed)

<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=21>

Mengacu pada 2 fitur utama Facebook, yaitu Timeline dan News Feed, pengguna dapat memperbarui dan mempublikasikan aktivitas kegiatan melalui foto, video, link maupun kalimat, dan pada saat memperbarui status tersebut, secara sadar pengguna telah memberikan informasi atas perasaan yang sedang dialami. Para pengguna layanan Facebook dapat melihat dan dilihat oleh orang lain, mengetahui dan diketahui orang lain serta mengomentari dan dikomentari orang lain tanpa ada yang melarang (Suwarna, 2009, dalam skripsi Evi Restuwati). Pada piramida kebutuhan, proses pengakuan seseorang terhadap aktualisasi diri yang telah dilakukannya akan mendorong untuk terus menerus melakukan pembaruan status. Giddens mengungkapkan adanya 3 kesadaran manusia, yaitu motivasi tak sadar merupakan potensi keinginan seseorang yang dilakukan tanpa disadari adanya alasan (*raison d'être*); kesadaran praktis, merupakan pengandaian seseorang terhadap tindakan dan rutinitas yang dilakukan sehari-hari; dan kesadaran diskursif merupakan kemampuan kita untuk melakukan rasionalisasi atas apa yang dilakukan. Data pada

[www.kenburbary.com](http://www.kenburbary.com) mengungkapkan bahwa pengguna Facebook terbesar pada usia 18 sd 34 tahun, dimana merupakan usia produktif dan menuju pada tahap kematangan pemikiran serta perilaku. Kaum pria merupakan pengguna Facebook terbanyak, dimana pria cenderung mempromosikan diri dalam deskripsi "About Me". Untuk profile Facebook, wanita cenderung untuk menggunakan foto-foto daripada rangkaian kalimat. (<http://metrotvnews.com/read/news/2012/03/23/85996/Makin-Banyak-Teman-di-Facebook-Kian-Narsis/13>)

Menurut Maslow terdapat 2 kebutuhan utama dalam diri manusia yaitu D-needs, merupakan Defisiensi kebutuhan yang ada dan B-needs, merupakan kebutuhan yang menjadikan manusia itu adalah manusia, dengan pembagian karakter untuk proses aktualisasi diri :

1. Karakter primer, diantaranya memiliki sifat : memberikan apresiasi yang tinggi terhadap individu dan keunikan personal, adanya persepsi yang akurat tentang kenyataan, sedikit sahabat karib yang dipercaya.
2. Karakter sekunder, diantaranya memiliki sifat : kebutuhan akan hal – hal yang bersifat pribadi, rasa humor yang filosofis, pemikiran yang jernih tentang salah dan benar.

Proses aktualisasi diri dalam persepsi umum dicemari oleh hasrat, kecemasan, harapan, pembaktian diri atas pekerjaan, kewajiban yang merupakan sesuatu yang dianggap penting ( G. Goble : 52) sehingga muncullah kreativitas dalam bentuk spontanitas, fleksibilitas, dan keterbukaan hati ( 53). Aktualisasi diri yang berlebihan mencerminkan narsis, yaitu perilaku dengan memiliki suatu perasaan untuk mencintai diri sendiri secara berlebihan sehingga sulit mencintai dan menerima cinta orang lain. Narsis hanya melihat segala sesuatu berdasarkan sudut pandangnya, secara konseptual narsis merupakan perasaan mencintai bayangan yang diinginkan, bukan pada kepercayaan diri yang berlebihan. Penciptaan pandangan bahwa diri sendiri merupakan pribadi yang unik, membutuhkan pujian tanpa mengharapkan kritik dan saran dari pihak lain. Kriteria penyakit narsis menurut *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* serta *American Psychiatric Association*:

1. Mementingkan diri sendiri, lebih-lebihkan prestasi dan bakat yang dimiliki, berharap dikenal

sebagai orang unggul tanpa ada hasil atau pencapaian tertentu.

2. Terlalu bangga dengan fantasinya dan memiliki tujuan yang tidak realistis tentang keberhasilan yang tiada batas, kekuatan, kepintaran, kecantikan atau kisah cinta yang ideal.
3. Percaya bahwa dirinya sangat spesial dan hanya bisa bergabung atau bergaul dengan orang-orang yang juga memiliki status tinggi.
4. Memerlukan pujian yang berlebih ketika melakukan sesuatu.
5. Memiliki keinginan untuk diberi julukan tertentu.
6. Bersikap egois dan selalu mengambil keuntungan dari setiap kesempatan untuk mendapatkan apa yang diinginkannya.
7. Kurang memiliki perasaan empati terhadap sesama.
8. Selalu merasa iri hati dengan keberhasilan orang lain dan percaya bahwa orang lain juga iri padanya.
9. Menunjukkan sifat arogan dan merendahkan orang lain.
10. Mudah terluka, emosional dan memiliki pribadi yang lemah.

Mereka yang melakukan aktualisasi diri diharapkan tidak membiarkan harapan dan hasrat pribadi menyesatkan dengan mempublikasikan dalam Facebook. Salah satu ciri dalam aktualisasi diri adalah keinginan untuk mempengaruhi. Kehidupan diabadikan dengan tulisan dengan perasaan yang sedang dihadapi, terkadang hasil pemikiran yang diungkapkan sulit untuk dipahami. Menulis kisah perjalanan hidup dari lahir hingga saat ini dengan mempublikasikan dalam bentuk foto maupun tulisan hingga lagu pada fitur Timeline dapat menimbulkan suatu pertanyaan bagi yang melihatnya, membaca dan ingin mengomentarnya.

Dalam penelitian bertajuk " Narcissism on Facebook: Self-promotional and Anti-Social Behavior", peneliti Christopher J. Carpenter menggali tipe kepribadian yang secara social yang mengganggu melalui Facebook. Adanya hipotesis bahwa orang dengan teman banyak di Facebook cenderung memiliki perilaku narsis. Diukur dengan dua penilaian :

1. Grandiose Exhibitionism (GE), daya serap terhadap daya tarik diri, kesombongan, keunggulan dan kecenderungan berperilaku ekshibisionis.

2. Entitlement/Exploitativeness (EE), perasaan merasa layak dihormati, keinginan memanipulasi dan mengambil keuntungan dari orang lain, umumnya menggunakan bahasa 'saya' dan 'aku'.

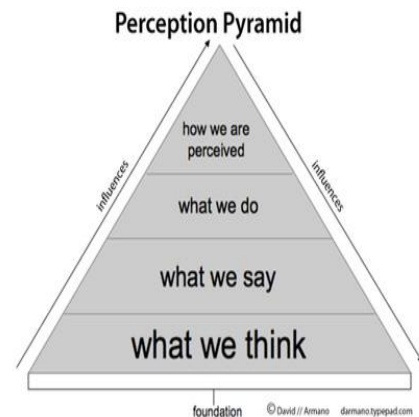
(<http://www.tempo.co/read/news/2012/03/21/072391667/Makin-Banyak-Teman-di-Facebook-Makin-Narsis>)

Fitur Timeline semenjak awal ditujukan untuk proses pembuatan autobiografi. Pada Timeline diharapkan pemakai Facebook dapat mengenang kembali dan memahami atas kejadian yang telah dilalui. Kreativitas dalam bentuk spontanitas dalam merancang autobiografi pada fitur Timeline membutuhkan waktu, dengan tujuan memperoleh pujian, menurut SocialMediaToday, *dengan Timeline, seluruh postingan anda di Facebook mulai dari status, foto, video, tautan, lokasi, aplikasi, dan semua cerita anda di Facebook akan terekam dalam satu halaman yang dapat diakses dengan mudah*. Penggunaan foto terbaik yang paling menarik, sebab pengunjung pada profil anda akan tertuju pertama kali pada foto sampul tersebut.

Pada fitur News Feed, terdapat kabar *update status* terbaru dan kabar tentang aktivitas teman-teman pengguna. Daftar ini dipengaruhi oleh popularitas informasi tersebut, yang bisa dilihat indikasinya berdasarkan jumlah orang yang berinteraksi di sana, dengan berapa orang yang mengklik tombol "Like" atau memberikan komentar terhadap status atau aktivitas seseorang. Adanya tanggapan dari pembaca status, narsis dapat tercipta dengan memberikan jawaban yang tidak formal yang mencerminkan aktualisasi diri berlebihan. Hal ini disebabkan adanya dorongan mereka untuk mendapat perhatian sehingga memotivasi mereka untuk mencari khalayak yang lebih luas.

Perilaku individu seringkali didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan, bukan pada kenyataan itu sendiri. Dijelaskan oleh Robbins (2003) bahwa meskipun individu-individu memandang pada satu benda yang sama, mereka dapat mempersepsikannya berbeda-beda. Ketika berbicara dengan seseorang kita selalu menganalisa tiap kata-katanya, sikapnya, tingkah lakunya dan mengamati ekspresi wajahnya. Hasilnya adalah sebuah persepsi mengenai orang tersebut, jika ada beberapa hal yang tidak sesuai dengan pola pikir kita, maka persepsi kita mengenainya menjadi negatif, sebaliknya jika kita menyukai idealismenya maka persepsi kita akan positif. Sebuah

penilaian kita tentang seseorang atau sesuatu, artinya bahwa suatu persepsi adalah sebuah hasil pemikiran kita.



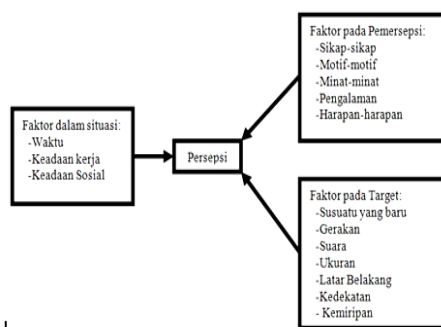
Mulyana (2007: 3) mengemukakan sifat-sifat persepsi sebagai berikut:

1. Persepsi adalah pengalaman. Untuk memaknai seseorang, objek atau peristiwa, hal tersebut diinterpretasikan dengan pengalaman masa lalu yang menyerupainya. Pengalaman menjadi pembanding untuk mempersepsikan suatu makna.
2. Persepsi adalah selektif. Seseorang melakukan seleksi pada hal-hal yang diinginkan saja, sehingga mengabaikan yang lain. Seseorang mempersepsikan hanya yang diinginkan atas dasar sikap, nilai, dan keyakinan yang ada dalam diri seseorang, dan mengabaikan karakteristik yang berlawanan dengan keyakinan atau nilai yang dimiliki.
3. Persepsi adalah penyimpulan. Mencakup penarikan kesimpulan melalui suatu proses induksi secara logis. Interpretasi yang dihasilkan melalui persepsi adalah penyimpulan atas informasi yang tidak lengkap, artinya mempersepsikan makna adalah melompat pada suatu kesimpulan yang tidak sepenuhnya didasarkan atas data sesungguhnya, tapi hanya berdasarkan atas penangkapan indra yang terbatas.
4. Persepsi mengandung ketidakakuratan. Setiap persepsi yang dilakukan akan mengandung kesalahan dalam kadar tertentu. Ini disebabkan oleh pengalaman masa lalu, selektivitas, dan penyimpulan. Semakin jauh jarak antara orang



yang mempersepsi dengan objeknya, maka semakin tidak akurat persepsinya.

5. Persepsi adalah evaluatif. Persepsi tidak pernah objektif, karena kita melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman dan mereflesikan sikap, nilai, dan keyakinan pribadi yang digunakan untuk memberi makna pada objek yang dipersepsi. Seseorang cenderung mengingat hal-hal yang memiliki nilai tertentu bagi diri seseorang (bisa sangat baik atau buruk). Sementara yang biasa-biasa saja cenderung dilupakan dan tidak bisa diingat dengan baik.



Sumber: Robins: Perilaku Organisasi 2008.

SocialMediaToday menyatakan bahwa dengan Timeline, seluruh postingan Anda di Facebook mulai dari status, foto, video, tautan, lokasi, aplikasi, dan semua cerita anda di Facebook akan terekam dalam satu halaman yang dapat diakses dengan mudah. Menurut Bey (2009) seseorang dapat menjelaskan dirinya melalui fitur Timeline dengan ekspresi pemikiran, foto diri dan rangkaian kegiatan dari bangun tidur hingga menjelang tidur. Tanpa mengatur privasi, pengguna Facebook dapat melihat bahkan menambahkan ide maupun kalimat berdasarkan atas persepsi yang diperolehnya.

Mathew Barker



(<http://sidomi.com/23915/10-ide-unik-untuk-desain-timeline-facebook-anda/>)

Mohammad L. Azzam



(<http://sidomi.com/23915/10-ide-unik-untuk-desain-timeline-facebook-anda/>)

## 4 Kesimpulan

*Make the world more open and connected, to stay connected with friends and family, to discover what's going on in the world, and to share and express what matters to them.*

Konsep diri dapat digambarkan sebagai keseluruhan ide, pikiran, kepercayaan dan pendirian yang diketahui individu tentang dirinya dan dapat mempengaruhi individu dalam berhubungan dengan orang lain ( Stuart & Sundeen, 1995 ). Persepsi individu dibangun atas konsep diri, dengan memandang secara utuh atas kondisi fisik, emosional, intelektual, sosial, dan spiritual.

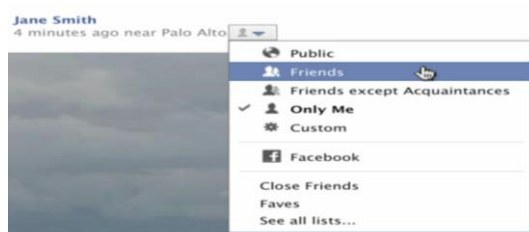
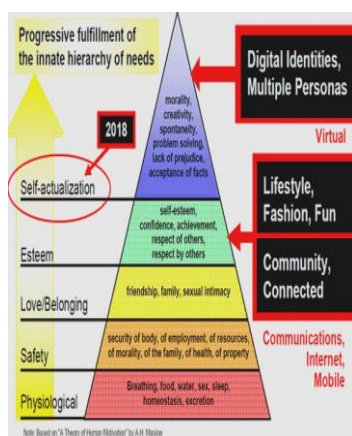
Saat melakukan aktualisasi diri dalam Timeline dan News Feed, perlu disadari bahwa apakah kita benar – benar menginginkan dan menyadari bahwa orang lain dapat melihat, mengomentari bahkan menambahkan sesuatu berdasarkan atas persepsi yang kita bangun. Pengelompokan dengan membuat grup dapat menyatukan persepsi atas aktualisasi diri yang telah dilakukan. Misi Facebook dengan membuka akses atas segala aktualisasi diri dapat dicegah dengan membentuk filter dan pemberian izin kepada mereka yang benar – benar dikenal.

## RENTANG RESPONS KONSEP DIRI



persepsi bukan memencarakan atas apa yang ditangkap oleh indera, melainkan atas penafsiran individu mengenai suatu rangsangan, maka diperlukan informasi yang lengkap untuk mengurangi kesalahpahaman. Persepsi adalah hal yang subjektif, maka diperlukan suatu sikap :

1. Selalu siaga dan sadar akan adanya kemungkinan kesalahan atau perbedaan persepsi.
2. Melakukan komunikasi atau dialog efektif secara intensif.
3. Dalam dialog tersebut, ditetapkan kriteria atau tolok ukur yang akan dijadikan pegangan dalam menetapkan sesuatu.



Berkomunikasi melalui jejaring sosial saat ini lebih banyak digunakan. Faktor teknologi dan kebutuhan atas informasi terkini telah mendasari penggunaan Facebook sebagai salah satu jejaring sosial yang paling banyak

digunakan. Model aktualisasi diri yang berlebihan perlu dihindari dengan melakukan pembatasan akses dalam mempublikasikan dan mengontrol diri agar tidak tercipta narsis berlebihan. Persepsi yang berbeda dapat menimbulkan kesalahpahaman jika pengguna Facebook tidak menyadari jika pemberian informasi pribadi sebenarnya bukan untuk konsumsi umum dan hanya memberikan akses untuk kalangan tertentu saja.

## Daftar Pustaka

- B.A, Keliat. 1994. Gangguan Konsep Diri. EGC, Jakarta
- Dwiyaksa, Dino. Dkk. 2008. Analisis dan Perancangan Aplikasi Jejaring Sosial Penjualan Berbasis WEB. Jakarta
- Kurniawan, Nyoto dan Ridwan Sanjaya. 2009. Most Wanted Tips of Facebook. PT Elexmedia Komputindo, Jakarta
- [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- [www.kapukonline.com](http://www.kapukonline.com)
- [www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com)
- [www.socialbakers.com](http://www.socialbakers.com)
- [www.socialresearchmethods.net](http://www.socialresearchmethods.net)
- [www.sidomi.com](http://www.sidomi.com)
- [www.tempo.com](http://www.tempo.com)
- [www.tjhartono.wordpress.com](http://www.tjhartono.wordpress.com)
- [www.wikipedia.org/wiki/Facebook](http://www.wikipedia.org/wiki/Facebook)